



Disse skal selge vikingkongenes hjemland. Fra venstre: Nicholas Hoddevik, Anja Mjølhus Fjell, Tore Gautesen, Marit Kaltwasser Eljervik og Erwin Fulterer.

Vikingkongene gjør oss spesielle

- Skal vi få flere til å besøke vårt distrikt må vi fortelle dem hva som er unikt her hos oss. Lett tilgang til fjord og fjell har de langs storparten av Vestlandskysten. Men det er bare vi som kan skille med å være hjemlandet til de gamle Vikingkongene. Derfor markedsfører vi Haugesund og Haugalandet som Homeland of The Viking Kings.

Regional reiselivssjef og daglig leder Tore Gautesen i Destinasjon Haugesund & Haugalandet AS er ikke i tvil om at regionen må selge seg på det som er unikt for Haugalandet. Norges fødested var kongsete i 500 år etter Harald Hårfagres samling av Norge, og det er derfor dekning for å bruke vikingkongene som det samlede begrepet.

- I destinasjonsselskapet er vi nå fem ansatte som har som oppgave å markedsføre regionen på vegne av eierne våre og de 130 medlemsbedriftene. Blant de største eierne våre er kommunene Haugesund og Karmøy og Lufthavnbygging AS, mens medlemsbedriftene er alle typer hoteller og reiselivsbedrifter. Det produktet vi har å selge er interessant på flere måter. Vi kan

tilby et bredt spekter av bedrifter for møter og kongresser, her kan folk oppleve kunst og kultur, og de kan oppleve en fantastisk natur uansett årstid. Men det er det også andre som har. Derfor satses vi nå på å fremheve det unike, "Homeland of The Viking Kings", sier Gautesen.

Ny kurs- og konferansesjef

I Destinasjon Haugesund & Haugalandet arbeider de ut fra tanken om at folk har flere grunner til å velge hvor de skal reise.

- Den som arrangerer møter eller kongresser legger vekt på opplevelsesmulighetene før de velger destinasjon, mens folk som kommer hit i slike forbindelser får gjerne lyst å komme tilbake, gjerne sammen med familien. Derfor henger dette sammen, sier Nicholas Hoddevik. Han er nylig ansatt som kurs- og konferansesjef i Destinasjon Haugesund & Haugalandet.

- Min engelske tittel, MICE Manager sier mer om hvilke arbeidsoppgaver jeg skal ha. MICE står for Meetings, Incentives, Conventions og Events (Møter, Kongresser, Stimulans og Begivenheter), og dette blir mitt ansvarsområde. Hoddevik utdannet seg i Australia i bedriftsledelse, og tok deretter mastergrad i strategisk reiselivsledelse i Frankrike.

- En god bakgrunn for å lykkes med å få folk

til å komme hit til oss, mener Gautesen, som også understreker betydningen av samarbeid mellom de ulike regionene.

- Vi ligger gunstig plassert midt mellom de to store turistmagnetene Bergen og Stavanger. Det betyr at vi også får gjester som tar med seg Haugalandet, sier han.

Spennende utgravninger

I Destinasjon Haugesund & Haugalandet ser de også fram til de forestående utgravningene av Harald Hårfagres gamle kongsgård på Avaldsnes som starter til sommeren, og som skal være ferdige i 2010. Avaldsnesprosjektet har fått på plass et spleiselaget mellom Rogaland Fylke, kommunen og private sponsorer, og utgravningene skal gjennomføres av Universitetet i Oslo.



HOMELAND OF
THE VIKING KINGS
NORWAY'S BIRTHPLACE

Karmsundgata. 51
5531 Haugesund
Tlf.: +47 52 01 08 20
www.visithaugalandet.no
www.visithaugesund.no